

รูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

Business Management Model for Water Park Business

อินทิดา จันทรสอน¹, ชุฬวรรณ โชติวงษ์², ทวีศักดิ์ รูปสิงห์³ และ ปรีดา อติวินิจตระกูล⁴

Inthira Chansorn, Chuleewan Choti Wong, Taweesak Roopsing and Preeda Attavinijtrakarn

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ มีวัตถุประสงค์
1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการบริหารธุรกิจสวนน้ำ
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ และ 3. เพื่อ
จัดทำคู่มือการบริหารธุรกิจสวนน้ำ ตามรูปแบบที่สร้างขึ้น
ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารธุรกิจสวนน้ำ ได้แก่
กรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป
ผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านการบริหารธุรกิจ
สวนน้ำ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการศึกษาแบบผสม
ผสานในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการ
ศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุม
สนทนากลุ่ม(Focus Group) และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
เชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล
คุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์ข้อมูล
เชิงปริมาณ ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำจาก
การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยภายในมีค่าน้ำหนักองค์
ประกอบทั้งสิ้น 7 องค์ประกอบและปัจจัยภายนอกมีค่าน้ำ
หนักองค์ประกอบทั้งสิ้น 6 องค์ประกอบ นำผลจากการ
วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาจัดทำโครงสร้างรูปแบบการ
บริหารธุรกิจสวนน้ำ และนำเข้าสู่วิธีการสนทนากลุ่มผู้ทรง
คุณวุฒิในด้านธุรกิจสวนน้ำ นักวิชาการและนักทรัพยากร
มนุษย์ เพื่อลงมติรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ ผลการลง
มติเป็นเอกฉันท์พบว่าองค์ประกอบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

สามารถนำมาจัดรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ ที่เป็นวงจร
เชื่อมโยงกัน โดยมี ปัจจัยภายใน 7 องค์ประกอบ ได้แก่
1) กฎระเบียบข้อบังคับ 2) ขวัญกำลังใจ 3) สมรรถนะ
4) ผู้นำองค์กร 5) ระบบบริหาร 6) โครงสร้าง และ 7)
กลยุทธ์ สำหรับปัจจัยภายนอกมี 6 องค์ประกอบ ได้แก่
1) นโยบายภาครัฐ 2) จัดการทางการตลาด 3) ความ
ปลอดภัย 4) สิทธิประโยชน์ผู้ใช้บริการ 5) สิ่งแวดล้อม
และ 6) ช่วยเหลือสังคม นำรูปแบบการบริหารธุรกิจสวน
น้ำ ที่ได้รับการเห็นชอบด้วยมติเอกฉันท์มาสร้างเป็นคู่มือ
การบริหารธุรกิจสวนน้ำ และจากผลการประชุมสนทนา
กลุ่มประชาพิเคราะห์ สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบในการ
ดำเนินการบริหารธุรกิจสวนน้ำได้

คำสำคัญ : รูปแบบการบริหาร / การบริหารธุรกิจ / ธุรกิจ
สวนน้ำ

Abstract

The Purpose of this research are: 1) to study essential
components of water park business management,
2) to create water park business management
model, and 3) to develop the manual of the model.
The population and participants are management of
water park business, i.e. Managing Director, Deputy
Managing Director, General Manager, and other
delegated executives. Mixed research methods are
used for this research, which are qualitative and

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

⁴ สำนักรนโยบายมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

quantitative approach. The methods of the qualitative approach are in-depth interview, and focus group, and the method of quantitative approach is questionnaire. The methods of the qualitative approach are in-depth interview, and focus group, and the method of quantitative approach is questionnaire. The analysis technique for qualitative is content analysis and the analysis techniques for quantitative are statistical frequency, average, standard deviation and factor analysis.

The results showed that there were 7 essential internal components and 6 external components. The draft of the water park business management model has been developed, and calibrated during the focus group discussion. In the focus group committee, there are 7 internal components in connected cycle model for water park business management, which consists of 1) rules and regulations 2) working morale 3) competency 4) organization leaders 5) management system 6) strategy, and 6 external components; 1) government policy 2) marketing management 3) safety 4) customers 'benefits 5) environment and 6) social contribution. The manual of the water park management was developed based on the selected model from the focus group discussion which can be used as the model of water park business management.

Keyword : Management Model / Business Management / Water Park Business

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศที่ทำการรายได้ที่สำคัญให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในการนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ มีบทบาทในการสร้างงาน สร้างรายได้ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมการค้า และการลงทุน ระบบการจัดการ การขนส่งสินค้าโลจิสติกส์ (Logistic) รวมถึงเสถียรภาพการเมืองระหว่างประเทศที่ดีขึ้นสำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว มีความเข้มแข็งและสร้าง

รายได้ให้กับประเทศ จนกลายเป็นหนึ่งธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ในการส่งเสริมศักยภาพให้มีความเข้มแข็งและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศการปรับโครงสร้างภาคอุตสาหกรรมและการบริการ 1. ช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการศักยภาพในเชิงธุรกิจโดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพและสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ 2. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภาคบริการที่มีศักยภาพในการเติบโตและมีส่วนสนับสนุนภาคการผลิตให้มีประสิทธิภาพในการแข่งขัน 3. สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 5 ด้าน ประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ(Economic) ด้านสังคม (Social) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และด้านการเมือง (Political) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2558) รวมถึงสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ให้มีความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรและโครงสร้างพื้นฐาน

สำหรับธุรกิจสวนน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นสวนน้ำจำลอง เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพให้มีความสุขสวนน้ำอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยเหมาะกับการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อคลายร้อน ปัจจุบันธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทยมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นก่อให้เกิดสถานการณ์แข่งขัน ซึ่งก็เป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการจะต้องปรับกลยุทธ์ใหม่ๆ ในการบริหารรูปแบบธุรกิจสวนน้ำที่มีความหลากหลาย เพื่อเตรียมรับมือกับผลกระทบจากสถานการณ์แข่งขันที่สูงขึ้น

ธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากความผันผวนของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกมาท่องเที่ยวสวนน้ำเฉพาะช่วงฤดูกาลต่างๆ ได้แก่ช่วงฤดูร้อน หรือช่วงปิดเทอมเท่านั้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ซึ่งตอนนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีจำนวนลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการยังต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ ค่าเช่าพื้นที่สวนน้ำ ค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องเล่น และค่าสถานที่ ค่าจ้างพนักงานในระยะยาว และปัจจัยด้าน

ราคาที่แตกต่างกันก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ จึงส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจนั้นลดลง โดยความหลากหลายด้านราคา ซึ่งเป็นตัวแม่เหล็กที่

ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว ส่วนน้ำก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลสะท้อนจากผู้ประกอบการ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 อัตราค่าใช้บริการรายวันปกติของ 15 สวนน้ำหลักในไทย

สวนน้ำ	ผู้ใหญ่	เด็กโต	เด็กเล็ก (ฟรี)	ผู้สูงอายุ
การ์ตูน เน็ทเวิร์ค อเมซอน	คนไทย 1,290 บาท	คนไทย 990 บาท	ต่ำกว่า 3 ปี	คนไทย 990 บาท ต่างชาติ 1,290 บาท
รามายณะ	1,190 บาท	890 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	
วานา นาวา หัวหิน วอเตอร์ จังเกิ้ล	1,000 บาท	600 บาท	ต่ำกว่า 91 ซม.	600 บาท
ซานโตรินี่ วอเตอร์ แพนด้าซี (ซานโตรินี่ พาร์ค วอเตอร์เวนเจอร์)	900 บาท	350 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	ส่วนลด % ตามอายุ
สวนสยาม	900 บาท	120 บาท	ต่ำกว่า 100 ซม.	ฟรี
สแปลช เวิลด์ (ซินีคอลล)	890 บาท	680 บาท	ต่ำกว่า 99 ซม.	680 บาท
ดรีมเมอร์ส วอเตอร์พาร์ค	750 บาท	300 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	
แบล็ค เมาน์เทน	600 บาท	300 บาท	ต่ำกว่า 100 ซม.	
เวสต์ วันเดอร์ วอเตอร์พาร์ค	500 บาท	200 บาท		
ไดโน วอเตอร์พาร์ค	400 บาท	300 บาท	ต่ำกว่า 120 ซม.	300 บาท
สวนน้ำจุรัสลิค	299 บาท	200 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	
ทุ่งสง วอเตอร์พาร์ค	299 บาท	199 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	ฟรี
เดอะ ไพเรทส์ พาร์ค	250 บาท	150 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	ฟรี
ไฟท์เตอร์ เจ็ท วอเตอร์พาร์ค	250 บาท	150 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	ฟรี
ยูโซเทลวอเตอร์แลนด์	250 บาท	150 บาท	ต่ำกว่า 90 ซม.	

ที่มา: โปสต์ทูเดย์ (2559)

หมายเหตุ: สวนน้ำบางแห่งมีโปรโมชั่นต่ำกว่าราคาปกติในช่วงนี้ : 11 เมษายน 2559

นอกจากนี้จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนน้ำในกรุงเทพมหานคร (อังศุมา, 2556) พบว่า ผู้ใช้บริการสวนน้ำภายในศูนย์การค้า และผู้ให้บริการสวนสยามทะเล-กรุงเทพฯ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนน้ำในด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการขาย, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ, การนำเสนอและด้านกระบวนการแตกต่างกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ Kotler (2000) กล่าวว่า คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในราคาสินค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าในการบริการกับตัวราคาของการบริการ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการจึงต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับระดับของการบริการและเพื่อให้ง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่ต่างกัน

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสวนน้ำ คือ อุบัติเหตุ โดยมีสาเหตุดังนี้ 1. ผู้ประกอบการไม่เอาใจใส่บำรุงรักษาเครื่องเล่น 2. เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในสถานประกอบการ

ประมาณ 3. ผู้ปกครองวางใจบุตรหลานเกินไปปล่อยเด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี เล่นซนจนเป็นเหตุได้ 4. นักท่องเที่ยวไม่เคารพกฎกติกา (โปสต์ทูเดย์, 2560) โดยเฉพาะในช่วงปิดภาคเรียน ผู้ปกครองมักนิยมพาบุตรหลานไปใช้บริการสวนน้ำที่เปิดให้บริการจำนวนมากและมักเกิดอุบัติเหตุและบาดเจ็บ สอดคล้องกับข้อมูลของศูนย์วิจัยเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยและป้องกันการบาดเจ็บในเด็ก ศูนย์วิจัยเพื่อสร้างเสริมความปลอดภัยและป้องกันการบาดเจ็บในเด็ก (อ้างถึงในโปสต์ทูเดย์, 2560) ที่ระบุว่า ช่วงปิดภาคเรียนและช่วงสงกรานต์ มีอัตราการเสียชีวิตของเด็กมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเด็กอายุ ระหว่าง 4-14 ปี โดยในแต่ละปีเด็กไทยอายุ 1-4 ปี เสียชีวิตจากการจมน้ำ ร้อยละ 56 ดังนั้นความปลอดภัยทางชีวภาพและความปลอดภัยในชีวิตของผู้ใช้บริการสวนน้ำจึงเป็นหัวใจที่สำคัญของธุรกิจสวนน้ำ ที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และการเตรียมรับมือกับสภาวะการแข่งขันในตลาดธุรกิจสวนน้ำที่มีการแข่งขันสูง ในการบริหารธัมธุรกิจสวนน้ำ เพื่อนำมาสู่การคืนทุนและสร้างกำไรได้ตามเป้าหมายและสร้างรายได้

อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจสวนน้ำประกอบธุรกิจได้อย่างแข็งแกร่ง คือ การสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า พนักงาน สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างสมดุล

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ เพื่อให้ธุรกิจสามารถที่จะขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นการรองรับกับการแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศต่อไป และเพื่อให้ทราบองค์ประกอบที่จะนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ ผู้วิจัยจึงศึกษาองค์ประกอบของการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการบริหารธุรกิจสวนน้ำ
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ
3. เพื่อจัดทำคู่มือการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

เครื่องมือวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กล่าวคือใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารธุรกิจสวนน้ำทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ และจากการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ กลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มนักทรัพยากรมนุษย์ และพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทย ร่วมกับการใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีกระบวนการดำเนินการวิจัยและรายละเอียดดังนี้

1. ขั้นตอนในการวิจัย

1.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำมาสกัดเป็นข้อมูลในการหาองค์ประกอบของธุรกิจสวนน้ำ เพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามเชิงปริมาณ

1.3 สร้างเครื่องมือในการจัดทำแบบสอบถามโดยศึกษาเอกสาร ตำรา ข้อมูลที่สกัดได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาจัดทำเป็นแบบสอบถาม จากนั้นไปตรวจสอบ

คุณภาพ เพื่อตรวจหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษา (Index of Item-objective Congruence: IOC)

1.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจริง รวมทั้งหมด 30 คน แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค

1.5 เตรียมส่งแบบสอบถามให้ผู้บริหารธุรกิจสวนน้ำจำนวน 50 สวนน้ำ รวมทั้งสิ้น 300 คน

1.6 การรวบรวมข้อมูลและประมวลผล/การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาองค์ประกอบ (Factor Analysis)

1.7 การจัดทำร่างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ โดยนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มาจัดทำโครงร่างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ และนำเข้าพิจารณาในการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

1.8 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นชอบในการร่างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ เมื่อได้ผลเห็นชอบตามฉันทานุมัติ จากนั้นนำมาสร้างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

1.9 จัดทำรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ โดยนำเสนอคู่มือการบริหารธุรกิจสวนน้ำต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อการพิจารณาในการให้ข้อเสนอแนะและการลงมติเห็นชอบคู่มือการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

1.10 จัดทำคู่มือการบริหารธุรกิจสวนน้ำ โดยนำคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีมติเห็นชอบในการจัดทำคู่มือการบริหารธุรกิจสวนน้ำ เมื่อผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นำมาจัดทำเป็นรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ในการวิจัยในครั้งนี้มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 4 กลุ่ม ดังนี้
กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นผู้บริหารขององค์กรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจสวนน้ำ โดยกำหนดกฎเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ เป็นผู้บริหารธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทยระดับ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไปหรือผู้จัดการฝ่าย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสวนน้ำ รวมการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งสิ้น 7 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้บริหาร

ธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทย 50 แห่ง โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง ขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างสวนน้ำที่ละ 6 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่ใช้ในการอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) จำนวน 13 คนแบ่งออกเป็นกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มนักทรัพยากรมนุษย์และพัฒนาบุคลากรของธุรกิจสวนน้ำ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยและความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาในการวิจัย จำนวน 5 คน ประกอบด้วย นักวิชาการ นักทรัพยากรมนุษย์ นักฝึกอบรมและพัฒนาองค์กร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ได้แก่

3.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ มีดังนี้

- 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured)
- 2) แบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group)
- 3) แบบประเมินมติเห็นชอบผู้ทรงคุณวุฒิ ความเหมาะสมของรูปแบบ
- 4) แบบประเมินมติเห็นชอบผู้ทรงคุณวุฒิ ในการจัดทำคู่มือ

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม

- 1) ข้อคำถามข้อมูลส่วนบุคคล
- 2) ข้อคำถามแสดงความคิดเห็นและแบบการประมาณค่า 5 ระดับ

3.1.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1) ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเชิงคุณภาพที่เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) แบบบันทึกการประชุมการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และแบบประเมินด้วยมติที่เห็นชอบ โดยการนำกรอบแนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งการนำวัตถุประสงค์ในการวิจัยมากำหนดเป็นข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จากนั้นนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาในเครื่องมือสัมภาษณ์

2) ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยนำเอากรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาคำว่า รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาประมวลการสร้างแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถาม (Questionnaires) มาทำการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) และความถูกต้องของภาษาในแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklists) สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางการบริหาร ประสบการณ์การทำงาน และสถานที่ตั้งของสวนน้ำ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามให้เลือกตอบ เพื่อหาความสำคัญขององค์ประกอบของรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เพื่อหาองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ โดยนำแนวคิด ทฤษฎี 7S Model ของ McKinsey 7-S Framework และทฤษฎี PETEL Analysis มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำแบบสอบถาม ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ต (Likert Ration Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการสร้างรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทย

3) การกำหนดระดับค่าคะแนนในมาตราส่วนประมาณค่า แบบ 5 ระดับมีการกำหนดด้วยระดับค่าคะแนนดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
- 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

โดยคะแนนที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์และแปรผลของค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ เบสท์ (Best, 1977)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มาก
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่งแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลให้กับผู้บริหารธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทย ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก เชียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคใต้ จำนวน 300 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับมา 252 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 84

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารธุรกิจสวนน้ำทั้งหน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสวนน้ำ และจากการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจสวนน้ำ ในการตรวจสอบและลงมติเห็นชอบในรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการดำเนินการทำวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ มีองค์ประกอบหลัก ปัจจัยภายใน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ, องค์ประกอบที่ 2 ด้านขวัญกำลังใจ, องค์ประกอบที่ 3 ด้านสมรรถนะ, องค์ประกอบที่ 4 ด้านผู้นำองค์กร, องค์ประกอบที่ 5 ด้านระบบบริหาร, องค์ประกอบที่ 6 ด้านโครงสร้างองค์กร และองค์ประกอบที่ 7 ด้านกลยุทธ์ สำหรับปัจจัยภายนอกประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านนโยบายภาครัฐ, องค์ประกอบที่ 2 ด้านจัดการทางการตลาด, องค์ประกอบที่ 3 ด้านความปลอดภัย, องค์ประกอบที่ 4 ด้านสิทธิประโยชน์ผู้ใช้บริการ, องค์ประกอบที่ 5 ด้านสิ่งแวดล้อม, และองค์ประกอบที่ 6 ด้านช่วยเหลือสังคม

สำหรับรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ สามารถสรุปได้ตาม ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำ

จากรูปแบบดังกล่าวนำมาจัดทำคู่มือ การบริหารธุรกิจสวนน้ำโดยลักษณะของคู่มือประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ **ส่วนที่ 1** แนวทางการดำเนินงานด้านธุรกิจสวนน้ำ ซึ่งประกอบด้วยหลักการและเหตุผล

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบหลักในการบริหารธุรกิจสวนน้ำ โดยมีองค์ประกอบหลักปัจจัยภายใน มีดังนี้ 1. ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ 2. ด้านขวัญกำลังใจ 3. ด้านสมรรถนะ 4. ด้านการบริหารของผู้บังคับการ 5. ด้านระบบการบริหารจัดการ 6. ด้านโครงสร้างองค์กร และ 7. ด้านกลยุทธ์ สำหรับองค์ประกอบหลักปัจจัยภายนอก มีดังนี้ 1. ด้านนโยบายภาครัฐ 2. ด้านการบริหารจัดการทางการตลาด 3. ด้านมาตรฐานความปลอดภัย 4. ด้านสิทธิประโยชน์ผู้ใช้บริการ 5. ด้านสิ่งแวดล้อม และ 6. ด้านช่วยเหลือสังคม

ส่วนที่ 3 แบบฟอร์มต่างๆ ที่ควรนำไปปรับใช้ในการบริหารจัดการของสวนน้ำ ได้แก่ ใบกำหนดหน้าที่งาน, แบบฟอร์มบันทึกอุบัติเหตุภายในสวนน้ำ, แบบฟอร์มการเขียนโครงการ, แผนการฝึกอบรมประจำปี และแผนการตลาดของสวนน้ำ

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในการหาคำตอบที่สำคัญในการบริหารธุรกิจสวนน้ำ แบ่งออกเป็นปัจจัยภายในมี 7 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ, องค์ประกอบที่ 2 ด้านขวัญกำลังใจ, องค์ประกอบที่ 3 ด้านสมรรถนะ, องค์ประกอบที่ 4 ด้านผู้นำองค์กร, องค์ประกอบที่ 5 ด้านระบบบริหาร, องค์ประกอบที่ 6 ด้านโครงสร้างองค์กร และองค์ประกอบที่ 7 ด้านกลยุทธ์และปัจจัยภายนอก 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านนโยบายภาครัฐ, องค์ประกอบที่ 2 ด้านจัดการทางการตลาด, องค์ประกอบที่ 3 ด้านความปลอดภัย, องค์ประกอบที่ 4 ด้านสิทธิประโยชน์ผู้ใช้บริการ, องค์ประกอบที่ 5 ด้านสิ่งแวดล้อม, และองค์ประกอบที่ 6 ด้านช่วยเหลือสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยนิชาพิชญ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ จังหวัดสมุทรปราการ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสินค้า ด้านกระบวนการให้บริการและด้านส่งเสริมการตลาด แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการจังหวัดสมุทรปราการ ควรมี

การส่งเสริมทางด้านองค์ประกอบทางกายภาพทั้งภายในและภายนอกของแหล่งท่องเที่ยวให้มีบรรยากาศที่ดี มีการจัดการด้านความสะอาดทั้งภายในและบริเวณโดยรอบ รวมถึงมีห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอ การปรับปรุงพื้นที่ลานจอดรถให้มีจำนวนอบรมความรู้ ทักษะ เพิ่มคุณภาพในการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัย ฐิธิพัฒน์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสวนน้ำขนาดใหญ่ในประเทศไทย พบว่า การทดสอบปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสวนน้ำขนาดใหญ่ คิดเป็น 13.8% โดยมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสวนน้ำขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัย อังศุมา (2556) พบว่า ผู้ใช้บริการสวนน้ำภายในศูนย์การค้าและผู้ใช้บริการสวนสยามทะเล-กรุงเทพฯ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนน้ำในด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการขาย, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ การนำเสนอและด้านกระบวนการแตกต่างกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ ปณิศา (2559) กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึงแนวทางหรือวิธีการทำงานในเชิงบวก เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ในการทำงานภายในข้อจำกัดต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (จุดแข็ง จุดอ่อน) และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (โอกาส อุปสรรค) แล้วนำมาวิเคราะห์ในการหาตำแหน่งขององค์กรซึ่งนำมากำหนดกลยุทธ์ต่างๆ

นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ประกอบหลักของปัจจัยภายในมีด้วยกัน 7 องค์ประกอบหลักดังนี้

1. องค์ประกอบด้านกฎระเบียบ ผลการวิจัยพบว่า มีการปรับกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อเป็นการเอื้ออำนวยให้บริหารจัดการได้อย่างคล่องตัว มีการจัดกฎระเบียบข้อบังคับได้อย่างชัดเจนทั้งการใช้ภาษาและสัญลักษณ์ที่สื่อสารได้อย่างเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้ และมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนาสมรรถนะและเป็นไปตามเกณฑ์ของแต่ละสวนน้ำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยกฤต (2558) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยภายในองค์กร ด้านกฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานสามารถปฏิบัติได้ โดยด้านค่านิยมยึดมั่นความถูกต้อง เทียงธรรมตามหลักกฎหมาย ดำรงชีวิตด้วยความพอเพียงเหมาะสม

2. องค์ประกอบด้านขวัญกำลังใจ ผลการวิจัยพบว่า การให้ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานที่ได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน รวมถึงการจัดทำกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ให้กับบุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วม เป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีร่วมกัน การสร้างการจูงใจในการทำงาน เพื่อกระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างเต็มที่ก่อให้เกิดเป้าหมายและความสำเร็จในการทำงาน และมีระบบการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานให้กับผู้ปฏิบัติงานที่มีความตั้งใจและทุ่มเทการทำงานอย่างเต็มที่โดยให้รางวัลและค่าตอบแทน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุตร์ (2554) ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา อยู่ในระดับมาก

3. องค์ประกอบด้านสมรรถนะ ผลการวิจัยพบว่า มีการเชิญวิทยากรทั้งภายในองค์กรภายนอกองค์กรที่มีความรู้ความชำนาญเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานในธุรกิจสวนน้ำ ควรมีการหมุนเวียนในการเรียนรู้งานทุกๆ 3 เดือน เพื่อให้เข้าใจระบบภายในแต่ละหน่วยงานเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และมีการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานทั้งภายในองค์กรและการส่งไปอบรมภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร (2556) สมรรถนะหลักมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

4. องค์ประกอบด้านการบริหารผู้นำองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ให้พนักงานเห็นความสำคัญในการทำงานเพื่อส่วนรวมและมีการเสียสละทุ่มเทการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของธุรกิจ มีการปฏิบัติงานด้วยความขยันทุ่มเท เอาใจใส่งาน และการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน และมีความซื่อสัตย์ สุจริตในหน้าที่ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายและเป็นหลักที่ดีในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลต่อธุรกิจสวนน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรางคณา (2556) พบว่าบทบาทหน้าที่ของผู้นำต้องมีความเหมาะสมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน และการตัดสินใจของผู้นำต้องเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร โดยมีความยืดหยุ่นที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน

5. องค์ประกอบด้านระบบบริหารจัดการ ผลการวิจัยพบว่า มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับผู้มาใช้บริการในเครื่องเล่นของทุกฐาน มีระบบการตรวจสอบอุปกรณ์ต่างๆ ของเครื่องเล่นทั้งก่อนและหลังให้บริการ และมีการจัดทำระบบการซ่อมแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัย สุรัชย์ (2552) พบว่า ทักษะคติของผู้บริหารในเรื่องการจัดการความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการจัดการความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย โดย

สามารถอธิบายปัจจัยด้านการจัดการความปลอดภัย ในภาพรวม ได้ร้อยละ 36.90

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างองค์กร ผลการวิจัยพบว่า มีการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Function Organization Structure) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและเหมาะสมในการบริหารงาน ควรมีการจัดทำ Job Description ให้ตรงตามลักษณะงานและขอบเขตความรับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อความสะดวกต่อการติดต่อประสานงานและรูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำในประเทศไทย ควรมีสร้างความหลากหลายให้กับผู้ให้บริการได้เข้ามาให้บริการสอดคล้องกับ อัมพร (2560) พบว่า การปรับโครงสร้างองค์กรต้องสอดคล้องกับโครงสร้างธุรกิจ โดยคำนึงถึงศักยภาพของตัวธุรกิจจากความสามารถในการบริหาร และโอกาสในการเติบโตของตัวธุรกิจในอนาคต ซึ่งการสร้างแนวทางการบริหารจัดการในลักษณะดังกล่าวนี้จะส่งผลต่อการจัดการในด้านโครงสร้างองค์กร

7. องค์ประกอบด้านกลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า มีแผนการตลาดเชิงรุกไปตามสถานที่หน่วยงานต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา ในระดับต่างๆ โดยการจัดทำโปรโมชั่นส่วนลดต่างๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ (2558) พบว่า ผู้ประกอบการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P'S) มาใช้ในการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจร้านของที่ระลึก และปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ในระดับมาก

นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ประกอบหลักของปัจจัยภายนอกมีด้วยกัน 6 องค์ประกอบหลักดังนี้

1. องค์ประกอบด้านนโยบายภาครัฐ ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงเสถียรภาพทางการเมืองส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจสวนน้ำ มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องปรับนโยบายทางการตลาดเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ และนโยบายในการปรับอัตราภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างส่งผลกระทบต่อธุรกิจสวนน้ำภายในประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัย รัฐกร (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายการบริหารบ้านเมืองที่ดีไปสู่การปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลในภาคกลาง ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานของนโยบาย ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างองค์กรต่างๆ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และปัจจัยด้านการสื่อสาร

ระหว่างองค์กรต่างๆ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และปัจจัยด้านคุณสมบัติของบุคลากร

2. องค์ประกอบการบริหารจัดการทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างในด้านการกำหนดค่าบัตรเข้าชม น้ำ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการ มีความต่างในการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการ และมีความแตกต่างในการเพิ่มช่องทางการให้บริการละเอียดข้อมูล ข่าวสารมากกว่า 1 ช่องทาง เช่น Line, Facebook, Instagram, Application โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลป์ยาลัญญ์ (2557) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจคือ ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด

3. องค์ประกอบด้านความปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่า มีการทำแผนการอบรม กฎหมายความปลอดภัยอย่างเคร่งครัดเป็นประจำทุกปี มีการให้ความรู้ในการอบรมเกี่ยวกับกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสวนน้ำยังไม่ทั่วถึง ส่งผลให้ผู้บริหารขาดความเข้าใจในเรื่องกฎหมายได้ และมีการสร้างมาตรการในการจัดตั้งสถานที่ให้บริการ ควรมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยอย่างชัดเจนและเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนด โดยมีความสอดคล้องกับ Kathleen (2011) พบว่า ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยในสวนสนุก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระดับสูงแก่ผู้มาใช้บริการ

4. องค์ประกอบด้านสิทธิประโยชน์ผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่จอดรถการคมนาคมขนส่ง ส่งผลต่อการตัดสินใจผู้มาใช้บริการ มีความแตกต่างในนวัตกรรมเครื่องเล่น มีผลต่อการตัดสินใจผู้มาใช้บริการ และมีความต่างในการลงทุน ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ (2554) การให้บริการที่ดี คือ การช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยหาวิธีการให้บริการแก่ผู้มาติดต่อให้เกิดความรวดเร็ว

5. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า สภาพภูมิอากาศในฤดูฝนมีผลต่อการมาใช้บริการของลูกค้า ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจสวนน้ำลดลง ระบบบำบัดน้ำต้องได้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อผู้มาใช้บริการ

และมีการวางแผนในการทำกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนเพื่อให้มีสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสพชัย (2558) พบว่า ด้านองค์ประกอบของสวนน้ำ คือ มีความสะอาด บรรยากาศของสวนน้ำ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวขณะเล่นสวนน้ำตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและมีการให้คำแนะนำก่อนการใช้เครื่องเล่นและด้านสภาพแวดล้อมของสวนน้ำมีความเพียงพอของสถานที่จอดรถมีความเหมาะสมของจุดให้บริการมีระบบรักษาความปลอดภัยสวนน้ำตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม ความสะอาดเรียบร้อยของบริเวณสวนน้ำและความสะอาดของพื้นที่โดยรอบ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสวนน้ำอยู่ที่ความพึงพอใจมาก เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ

6. องค์ประกอบด้านช่วยเหลือสังคม ผลการวิจัยพบว่า มีการจัดทำแผนกิจกรรมในการให้ชุมชนเข้ามาทำกิจกรรมส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชนทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และมีแผนการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (CSR) เพื่อให้ชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจ มีความสอดคล้องกับงานวิจัย จันทราภรณ์ (2551) ที่ได้ศึกษาถึงองค์กรธุรกิจที่มี CSR นั้น ต้องดำเนินธุรกิจโดยหลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้เกิดผลกระทบ ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มุ่งสร้างประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วนของกิจการ และการดำเนินกิจกรรม CSR ต้องเกิดจากความสมัครใจและทำอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อการแข่งขันและมีคุณภาพมากขึ้น

2. ควรทำการศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจสวนน้ำในกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการขายเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถสร้างกำไรและยอดขายให้กับธุรกิจสวนน้ำ

3. ควรมีการศึกษาหลักสูตรความปลอดภัยช่วยชีวิตทางน้ำเพิ่มเติมให้กับพนักงานไลฟ์การ์ด เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานจริง

4. ควรศึกษาถึงความปลอดภัยและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในสวนน้ำ ในการกำหนดทิศทางการดำเนินการบริหารจัดการของธุรกิจสวนน้ำให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. เจาะลึกแรงงานอุตสาหกรรมไทย และความต้องการ 5 ปีข้างหน้า สำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม. (2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2560, จาก [http:// www.oie.go.th/site/default/Files/ attachments/new_oiepr/new-oiepr-15-2558.doc](http://www.oie.go.th/site/default/Files/attachments/new_oiepr/new-oiepr-15-2558.doc)
- กัลป์ยาลัญญ์ เลิศสกุลพันธ์. (2557). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตประเภทสะสมไมล์ของธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตมฟอร์ด.
- จันทร์ภรณ์ งามสะอาด. (2551). การศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย : กรณีศึกษา บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยกฤต ชรารัตน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กองร้อยบิน กองพลที่ 1 รักษาพระองค์. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. 5 (2): 9-127.
- ณิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น. (2560). แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 11 (1): 167-182.
- ประสพชัย พสุนนท์. การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับนานาชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ครั้งที่ 4. (2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2561, จาก http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF01/702_20151006_J16.pdf
- ปัทมาธิ์ พองแพร่. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง : กรณีศึกษาธนาคารยูโอบี. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โพสต์ทูเดย์. เล็งเพิ่มมาตรฐานสวนสนุก-สวนน้ำ. (2560). สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2560, จาก [http:// www.posttoday.com/biz/news/492986](http://www.posttoday.com/biz/news/492986)
- _____ . แหล่งสวนน้ำอีก 3-5 ปี หวังเป็นแม่เหล็กดึงดูดคนเที่ยว. (2559). สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.posttoday.com/biz/news/426165>
- ภูริพัฒน์ สดใส. (2558). ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสวนน้ำขนาดใหญ่ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัฐกร กลิ่นอุบล. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติ : กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลภาคกลาง. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรางคณา กาญจนพาที. (2556). ภาวะผู้นำและภาวะผู้ตามที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพองค์กร : กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศศิธร จิมากร. (2556). สมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศิริวรรณ รุ่งจินดา. (2554). ความพึงพอใจของผู้มีสิทธิรับเงินต้องงานบริการจ่ายเงิน : กรณีศึกษาของคลังและพัสดุ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. สวนน้ำเปิดใหม่คึกคักรับอากาศร้อน... คาดมุงค่าตลาดธุรกิจสวนน้ำในไทย ปี'58 เติบโตร้อยละ 22-25. (2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.kasikorn-research.com/thlkeconanalysis/pages/View-Summary.aspx?docid=33916>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ร่างยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579. (2560). สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.nesdb.go.th/download/document/SAC/NS-Daftplan-Aug2017.pdf>

_____. เอกสารทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในการประชุมประจำปี 2558 ของ สศช. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558.

สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564).

กรุงเทพฯ, องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สุรัชย์ ตรีศิลานันท์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการความปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกในจังหวัดนครราชสีมา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

อนุตร์ พูลพัฒนา. (2554). ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท มาเลย์ เอ็นจิน คอมโพเน้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อังศุมา ธนเมธาพร. (2556). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนน้ำในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัมพร นาถพิริยรัตน์ และ มณฑล สรไกรกิติกุล. โครงสร้างองค์กรและการปรับตัวของสยามซีเมนต์กรุ๊ป (SCG) ระหว่างปี พ.ศ. 2541-2557. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 10(1): 60-82.

อุษณีย์ เล็กท่าไม้. (2558). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับร้านของที่ระลึกจังหวัดเพชรบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Best, W. (1977). *Research in Education*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.

Kathleen, H. (2011). *Organizational learning from near misses, incidents, accidents, and fatalities: A multiple case study of the USA amusement industry*. Retrived June 15, 2017, from <http://search.proquest.com/docview/919552031?accountid=31098>